

UOT: 338.43

**ÜZÜMCÜLÜK-ŞƏRABÇILIQ MƏHSULLARI BAZARI AQRAR BAZARIN MÜHÜM TƏRKİB HİSSƏSİ KİMİ****V. M. BAYRAMOV****AKTN Üzümcülük və Şərabçılıq ET İnstitutu**

*Məqalədə üzümçülük-şərabçılıq məhsulları bazarı aqrar bazarın mühüm tərkib hissəsi kimi xarakterizə edilir. Əvvəlki təsərrüfatçılıq sistemində, keçid dövründə və eləcə də hazırki şəraitdə Üzümcülük-şərabçılıq yarımkompleksinin üzvləşdiyi problemlər tədqiq edilir.*

*Açar sözlər:* aqrar bazar; üzümçülük-şərabçılıq məhsulları bazarı; üzümçülük; şərabçılıq; şərabçılıq sənayesi

**A**qrar bazarın formalaşması və onun səmərəli fəaliyyəti cəmiyyət üzvlərinin ərzaq və yeyinti məhsullarına olan tələbatının etibarlı şəkildə ödənilməsinə xidmət edir. Aqrar bazarın səmərəli fəaliyyət göstərməsinin başlıca ilkin şərtlərindən biri aqrar bazarda yerli istehsalın xüsusi çəkisinin yüksəlməsi, kənd təsərrüfatı, ərzaq və digər istehlak məhsullarının qiymətlərinin stabilləşdirilməsi ilə bağlıdır. Bazarın fəaliyyətinin başlıca məzmunu onun iqtisadi aspekti ilə səciyyələnir. İqtisadi aspekt bazarın spesifik və aparıcı elementi olub, onun mahiyyətini təşkil edir.

(2)

Üzümcülük-şərabçılıq məhsulları bazarı aqrar bazarın ən mühüm tərkib hissəsi olmaqla əhalinin üzümçülük-şərabçılıq məhsullarına, sənayenin isə xammala olan tələbatının ödənilməsinə xidmət edir. Üzümcülük-şərabçılıq məhsulları bazarı aqrar bazarın digər növ müxtəliflikləri kimi tələb və təklif əsasında tənzimlənir.

Üzümcülük-şərabçılıq məhsulları bazarında tələb aşağıdakı mənbələr hesabına formalaşır:

- əhalinin təzə halda üzümə olan ehtiyacları;
- əhalinin müxtəlif çeşidli şərab məhsullarına olan ehtiyacları;
- sənayenin şərab istehsalı məqsədilə texniki üzüm xammalına olan ehtiyacları;

Ümumiyyətlə, qeyd etmək lazımdır ki, yerli istehsalın əhalinin və sənayenin ehtiyaclarını qarşılamaq imkanlarının hansı səviyyədə olub-olmamasına baxmayaraq tələb mövcuddur və demək olar ki, dəyişməz qalır. Belə olan halda isə tələbi qarşılamaq üçün bazarda yerli əmtəə təklifi kifayət etmədikdə idxal kanallarına ehtiyac duyulur. İdxal kanallarının yerli tələbi qarşılaması bütün hallarda milli valyutanın xaricə daşınmasına gətirib çıxarır.

Üzümcülük-şərabçılıq məhsulları bazarında təklif aşağıdakı mənbələrdən formalaşır:

- yerli kənd təsərrüfatı əmtəə istehsalçıları tərəfindən istehsal edilən məhsul;
- yerli şərab zavodları tərəfindən istehsal edilən şərab

məhsulları;

– xaricdən gətirilən üzüm və şərabçılıq məhsulları.

Aparığımız tədqiqatlar göstərir ki, üzümçülük-şərabçılıq məhsulları bazarının normallaşdırılması müstəqillik əldə etmiş Azərbaycan Respublikasında transformasiya prosesinin ilkin mərhələsində iqtisadi islahatların həyata keçirilməsi ilə şərtlənmişdir. Üzümcülük-şərabçılıq məhsulları bazarında təklifin səviyyəsinə təsir edən amillərə ilkin və ikinci dərəcəli emal müəssisələrinin istehsal istiqamətlərinin dəyişdirilməsi, istehsal güclərindən aşağı səviyyədə məhsul istehsalı, üzümçülük və şərabçılıqda tətbiq edilən maşın, mexanizm, avadanlıq, bina və qurğuların sıradan çıxması, suvarma sistemlərinin pozulması və s. şamil edilir. Qeyd etmək lazımdır ki, üzümçülük-şərabçılıq məhsulları bazarında təklifin səviyyəsində müşahidə edilən destruktiv təzahürlər ilk növbədə formalaşmaqda olan milli iqtisadiyyatın inkişafına da ciddi zərər vurmuşdur. Bu isə ilk növbədə respublikanın üzümçülüklə məşğul olan rayonlarının və təsərrüfatların gəlirlərinin azaldılmasına səbəb olmuşdur.

İslahatın ilkin dövrlərində respublikada üzümçülük və şərabçılıq sənayesinin maddi-texniki təchizatı və idarə edilməsi sistemi təkmil xarakter daşımır, bir çox emal müəssisələri fəaliyyətini dayandırmış, üzümçülük-şərabçılıq yarım kompleksində istehsal-iqtisadi əlaqələr pozulmuşdu.

Bütün bunlar respublikada iqtisadi islahatların aparılmasını, istehsalın intensiv inkişafının həyata keçirilməsini tələb edirdi. Belə ki, bazar münasibətlərinin inkişafı şəraitində respublikanın iqtisadiyyatının inkişafı xarici bazara rəqabət qabiliyyətli müxtəlif çeşiddə yüksək keyfiyyətli məhsul çıxarılmasından həlledici dərəcədə asılıdır. Bu respublikada üzümçülüyn və şərabçılığın yalnız inkişafının bərpasının deyil dünya standartlarına uyğun məhsul istehsalı və onun saxlanılmasını, çeşidlənməsini və dünya bazarına çıxarılmasını mühüm problem kimi qarşıya qoyur.

Bununla əlaqədar olaraq üzümçülüyn və şərabçılığın inkişaf ehtiyatlarını aşkara çıxarmaq, onun



inkışaf amillərini və istiqamətlərini elmi cəhətdən əsaslandırmaq, aşkara çıxarılan daxili ehtiyat mənbələrindən istifadə yollarını göstərmək, sahənin səmərəliliyini yüksəltmək istiqamətlərini müəyyənləşdirmək mühüm əhəmiyyət kəsb edən iqtisadi məsələlərdir.

Qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycan ərazisində üzüm bitkisi və ondan şərab hazırlanması hələ tunc dövründən məlumdur. Lakin şərabın sənaye üsulu ilə istehsalına XIX əsrin ortalarından başlanıb. İlk araq-konyak zavodları da XIX əsrin 80-ci illərində Gəncə və Ağdamda inşa edilib. Bu, Azərbaycan şərabçılığının inkışafında hələ başlanğıc mərhələ idi.

XX əsrin əvvəllərindən ölkəmizdə şərabçılığın ildırımsürətli inkışafı başladı. İlk olaraq spirt və konyak istehsalının xammal mənbəyi olan üzümün becərildiyi sahələr xeyli genişləndirildi. Xammal çoxaldıqca emal sənayesi də inkışaf edirdi. 1900-cü ildə ölkəmizdə mindən çox şərab-spirit və araq istehsal edən zavod vardı. Həmin il 1345 min vedrə (1 vedrə - 12 litr) şərab, 20 milyon dərəcə spirt və araq istehsal olunmuşdusa, 1913-cü ildə şərab istehsalı 4 milyon vedrəyə, spirt, araq və konyak istehsalı isə 29 milyon dərəcəyə qalxmışdı. Şərab hazırlanmasında Gəncə qəzası xüsusi olaraq fərqlənirdi. 1913-cü ildə ölkədə istehsal olunan şərabın 47 faizi burada istehsal olunurdu. Bakı quberniyasında hazırlanan şərabın isə demək olar ki, hamısını Şamaxı və Göyçay qəzalarının müəssisələri verirdilər.

Azərbaycanda təmizlənmiş spirt istehsal edən 5-7 zavod vardı. 1913-cü ildə bu zavodların 4-ü Gəncə və 3-ü Bakı quberniyasında yerləşirdi. Həmin ildə ölkəmizdəki konyak zavodlarından 3-ü Bakı, 6-sı isə Gəncə quberniyasında idi. Ağdamda, Gəncədə və Kürdəmirdə inşa edilmiş konyak zavodları istehsal gücünə görə iri müəssisələr hesab edilirdilər. Həmin il Cənubi Qafqazda hazırlanan konyakın 45 faizini Azərbaycan vermişdi. İqtisadi böhrandan sonrakı illərdə (1912-13-cü illər) sənayenin bu sahələrində şirkət və səhmdar cəmiyyətlərin sayı artmışdı. Dünya müharibəsi ərəfəsində Azərbaycanda hər il dəyəri 21 milyon manatdan çox olan spirtli içkilər hazırlanırdı.

1913-cü ildə Azərbaycandakı üzümçülük sahəsi artıq 29 min desyatini keçmişdi. Ölkədəki iri şirkətlər həm üzüm, həm də şərab istehsalında həlledici rol oynayırdılar. Becərilən üzümün müəyyən hissəsi yeyintiyyə, qalanı isə emal üçün ölkəmizdəki çoxsaylı şərab zavodlarına satılırdı. Həmin dövrdə Azərbaycanda pivə də istehsal edilirdi. 1914-cü ildə Zığ (Bakı) və Yelenendorfda (indiki Xanlar) pivə zavodları 538 min vedrə pivə hazırlamışdı ki, bu da Cənubi Qafqazdakı pivə zavodlarının istehsal etdiyi pivenin 62 faizini təşkil edirdi. Artıq bu dövrdə dünya bazarında öz sözünü deyən Azərbaycan şərabı beynəlxalq müsabiqələrdə 13 qızıl medal almışdı.

I Dünya müharibəsindən sonrakı dövrdə cərəyan edən məlum siyasi dəyişikliklər səbəbi ilə şərabçılığın

inkışafında durğunluq dövrü olub. Bu durğunluq 50-ci illərə qədər davam edib. 50-ci illərin sonlarından başlayaraq bu sahəyə yenidən diqqət artırılıb. SSRİ-də qəbul edilən proqramda nəzərdə tutulmuşdu ki, Azərbaycan üzümçülük-şərabçılıq diyarına çevrilsin. Hətta ildə 3-4 milyon ton üzüm istehsal etmək barədə proqnozlaşdırma da aparılırdı. Bu məqsədlə dövlət səviyyəsində əməli tədbirlər həyata keçirilməyə başlandı. Rayonlarda 110 şərab zavodu tikildi. Bu zavodların çoxu Şamaxı, Cəlilabad, Füzuli, Ağdam və Şuşada yerləşirdi. Qısa müddətdə bu sahədə böyük məhsuldarlığa nail olundu. Əgər 1970-ci ildə ölkədə 272 min ton üzüm becərilmişdisə, 1980-ci ildə bu rəqəm 2 milyon tona çatdı. Inkışaf ekstensiv yolla deyil, intensiv yolla həyata keçirilirdi. Əgər 1972-ci ildə hər hektardan 26,5 sentner məhsul yığılırdısa, 1980-ci illərin əvvəllərində hər hektardan 95 sentnerə qədər məhsul yığılıb. Bu dövrdə 254 min hektardan artıq ərazidə üzüm becərilirdi. Gücü ildə 40 milyon butulka olan Bakı Şampan Zavodu və başqa yeni emal zavodları tikilib istifadəyə verildi.

Şərabçılıq sənayesinin inkışafdan qalması ölkəyə kənardan keyfiyyətsiz şərab məmulatlarının, alkoqollu içkilərin açıq və gizli yollarla gətirilməsinə real şərait yaratdı. Respublikamız müstəqillik əldə etdikdən sonra şərab məhsullarının istehsalı, idxalı və satışı ilə əlaqədar dövlət səviyyəsində əlahiddə tədbirlər həyata keçirilməyə başlandı. Həmin tədbirlərdən ən əhəmiyyətli "Alkoqollu içkilər, etil (yeyinti) spirti və tütün məmulatı istehsalının, saxlanması, idxalının və satışının tənzimlənməsi haqqında" Azərbaycan Respublikası prezidentinin 1996-cı il 20 dekabr tarixli fərmanı olub. 1990-cı illərdə respublikada "Kaqor", "Şamaxı", "Kürdəmir", "Qaraçanaq", "Şahdağ", "Mil", "Ağ süfrə", "Çinar", "Göy-göl" kimi şərab növləri istehsal olunsada, onlar dünya bazarında rəqabət apara bilmirdilər. Birincisi ona görə ki, onların istehsal gücü lazımi səviyyədə deyildi. İkincisi isə keyfiyyət istənilən səviyyədə deyildi. Ancaq az olsa da, 90-cı illərdə keyfiyyətli məhsul da istehsal olunub. 1997-ci ildə Şəmkir 2 nömrəli Şərab Zavodunun istehsal etdiyi "Alabaşlı" şərabı Ukrayna Aqrar Elmlər Akademiyasının Üzüm və Şərab İnstitutunun, "Maqaraç"ın və Ukrayna Respublikası Krım Şərabçılar İttifaqının təsis etdiyi "Krım-97" müsabiqəsində qızıl medal alıb. Bu müsabiqədə 12 ölkə öz şərab məhsulları ilə iştirak edib. Bu nailiyyətlərə baxmayaraq, ölkədə üzüm istehsalı heç də genişlənmədi. 2001-ci ildən bu sahənin inkışafına dövlət səviyyəsində diqqət yetirilsə də, bu da lazımi səviyyədə olmadı. Çünki xaricdən gətirilən keyfiyyətsiz spirtli içkilərin qarşısı alınmadı.(4)

Respublikada üzümçülük-şərabçılığın inkışafına nail olmaq və rəqabət qabiliyyətli məhsul istehsal etmək üçün üzümçülüyn elmi əsaslarla ixtisaslaşdırılması, texniki və süfrə üzüm sortlarının düzgün yetişdirilməsi, sahənin maddi-texniki bazasının



möhkəmləndirilməsi və ondan səmərəli istifadə olunması, məhsulun emalı, saxlanması, çeşidlənməsi, qablaşdırılması işinin səmərəli təşkili, xarici iqtisadi əlaqə və münasibətlərin təkmilləşdirilməsi mühüm problem kimi qarşıda durur.

## ƏDƏBİYYAT

1. Abbasov A. F. Ərzaq təhlükəsizliyi. Bakı 2007. 602 s. 2. Д.Вольпе. Единая аграрного политика ЕС /научно-практическая конференция. Москва, 1-2 июля 1997 г. 80с. 3. Кулиев Т.А.Регулируемая рыночная экономика. Баку-1999, 387с-255 с. 4. Справочник по виноделию (под ред. проф. Г. Г. Валуйко). М.: Агропромиздат. 1985. 447 стр. 5. Серова Е.В. Аграрная экономика. Москва -1999, 480 с.

### Рынок виноградарно-винодельческого изделия, основной част аграрного рынка

В.М.Байрамов

В статье определяется влияние повышения экономической продуктивности производства виноградарно-винодельческих изделий на деятельность рынка, сформированного в этой области. В условиях рыночной экономики расходы (себестоимость), понесенные на производство продукции, цена, уровень прибыли и рентабельности оцениваются как важные показатели, характеризующие экономическую продуктивность производства. Отмечается, что продуктивное с экономической точки построение производства продукции оказывает.

**Слова-ключи:** аграрный рынок, виноградарно-винодельческие изделия; рынок виноградарно-винодельческих изделий, виноградарство; виноделие; винодельческая промышленность; рыночные отношения; завод по обработке винограда, производство вина.

### The market of a vinogradarno-wine making product, the main is frequent the agrarian market

V.M. Bayramov

The influence of increase of the economic rationality of vine growing and wine making products on the activities of the market formed in this field is determined in the article. The expenditures (cost price) spent on production of goods under market economy conditions are considered as the main indicators characterising the economic rationality of production. It is states that economically rational establishment of the production of goods exerts influence on increase of the competition ability of commodity production.

**Key words:** market of vine growing and wine making products, vine growing, wine making, wine making industry, economic profitability of production, profitability, wine production, wine making sub- complex.